

13

氏 名	野口洋平
学 位 の 種 類	博士（観光学）
報 告 番 号	乙第349号
学位授与年月日	2020年3月31日
学位授与の要件	学位規則(昭和28年4月1日文部省令第9号) 第4条第2項該当
学 位 論 文 題 目	パッケージツアーの構造とその変化 —製品アーキテクチャ論からの分析—
審 査 委 員	(主査) 橋本 俊哉 (立教大学大学院) 豊田由貴夫 (立教大学大学院) 韓 志昊 (立教大学大学院) 野澤 肇 (立教大学観光学部特任教授) 村上和夫 (立教大学名誉教授)

I. 論文の内容の要旨

(1) 論文の構成

第1章 研究の概要

第1節 研究の背景と目的

第2節 各章の概要

第3節 本研究で使用する用語および本研究の構成

第2章 海外パッケージツアーの構造と特徴

第1節 パッケージツアーの概要と種類

第2節 パッケージツアーの構造と構成

第3節 パッケージツアーのイノベーションとその環境

第3章 製品アーキテクチャのダイナミズム

第1節 製品アーキテクチャ論

第2節 製品アーキテクチャのダイナミズム

第3節 インテグラル型への回帰とモジュール分割

第4章 日本における海外パッケージツアーの変遷

第1節 海外パッケージツアーの誕生と変遷

第2節 海外パッケージツアーの質的变化

第3節 日本人の旅行スタイルの変化と海外パッケージツアーの変遷

第5章 製品アーキテクチャ論から見たパッケージツアーの分析視点と競争の焦点

第1節 パッケージツアーの構造と特性に関する分析視点

第2節 パッケージツアーのイノベーションの主体と競争の焦点・手法

第3節 パッケージツアーによる旅行サービスの最適化

第6章 結論

第1節 結論と研究成果

第2節 「オープン-インテグラル型」と旅行業者の戦略

第3節 今後の研究課題

参考文献

参考ウェブサイト

添付資料

謝辞

（２）論文の内容要旨

本研究は、1960年代中頃(海外旅行の自由化前後)から1990年代後半(オンライン旅行業者が登場する前)までの期間を対象に、日本の海外パッケージツアーについて、「製品アーキテクチャ論」の視点からの分析を通じて商品としての構造や特性を明らかにし、それをふまえたイノベーションの契機や仕組み、業界内での競争において採用される戦略を明らかにすることを目的としている。研究の方法は、パッケージツアーの変遷に関する先行研究・資料を対象にした文献研究である。分析枠組みとして用いられた「製品アーキテクチャ論」は、複数企業による複数の旅行サービスから構成されるパッケージツアーの分析に適するという判断から、製品のイノベーションと製品の構造や特性の関係に着目して採用している。なお、ランドオペレーターはパッケージツアーに関する分析と検討において重要な存在であるものの、両者の関係は多様であり、時代とともに変化するなど、実態として複数の形態が存在するため、予約・手配の内容を決定する主導権は基本的に旅行業者側にあると仮定している。

本研究は6章構成となっている。第1章では研究の背景と目的、構成、研究方法を提示し、第2章ではパッケージツアーの構造・特性に関する先行研究の検討を行い、本論文の研究対象であるパッケージツアーの変遷と商品としての構成と特性について検討する。第3章では本論文における分析の枠組み・分析視点を提示するために製品アーキテクチャ論に関する先行研究の検討を行い、第4章では海外パッケージツアーの歴史的経緯に関する先行研究の検討を行う。第5章では、第3章で示した製品アーキテクチャ論の視点から、第2章で検討したパッケージツアーの構造・特性、第4章で検討したパッケージツアーの変遷、パッケージツアーをめぐる競争と戦略について分析し、第6章は結論、研究成果、研究課題の提示を行っている。

第1章は、本研究の背景、研究の目的、研究の対象、分析の枠組み、研究の方法、各章の概要、使用する専門用語の定義を提示している。まず、本研究の背景として、パッケージツアーが日本の海外旅行の普及に貢献した点、その誕生から現在まで、商品としての構造や構成においてさまざまな変化があった点、学術研究ではサービス分野からの分析が中心であった点、イノベーション論から検討した先行研究が見当たらない点を指摘した。そして本研究が、インターネット登場前のパッケージツアーを分析すること、パッケージツアー商品としての構造や特性、イノベーションの契機や仕組み、戦略を明らかにすることを目的として示した。研究対象は、パッケージツアーとしての特徴が強く現れることを前提に、インターネット登場以前の海外パッケージツアーとしている。分析の枠組みとしては、複数の企業が提供する、複数の旅行サービスの組み合わせとしてのパッケージツアーを分析する視点として、主に工業製品をめぐる研究において用いられている、製品のイノ

バージョンと製品の構造や特性の関係に着目した「製品アーキテクチャ論」が有効であると考えた理由について述べている。

第2章では、パッケージツアーをめぐる先行研究のうち、商品としての構造や特性に関連した研究、分析的に検討した研究、パッケージツアーのイノベーションに関連する先行研究を取り上げ、製品アーキテクチャ論による分析に向けて、パッケージツアーの構造や特性を明らかにしている。第1節では、海外パッケージツアーの定義や主な種類についての先行研究を、第2節では、海外パッケージツアーの構造と構成、旅行業者のサービスとしての「予約・手配」に関する先行研究を、第3節では、パッケージツアーのイノベーションについて、それを引き起こす特性、旅行業者によるサービスと「統整」、旅行業界内の競争とその環境に関する先行研究を、それぞれ検討している。

第3章では、主に工業製品の分析に用いられる製品アーキテクチャ論、特に「オープンモジュラー型」の構造に関する議論、インテグラル型への回帰に関する議論を中心に必要な理論を抽出し、本論文の分析の視点を明らかにしている。この章では、オープンモジュラー型の限界、インテグラル型への回帰、モジュラー型とインテグラル型のあいだでイノベーションが繰り返されている、といった指摘の先行研究を中心に、本論文の分析の枠組み・分析の視点の提示に必要な議論を取り上げ、イノベーション研究における製品アーキテクチャ論については、その変遷を対象にして抽出した先行研究を検討している。第1節では、製品アーキテクチャ論について、イノベーション研究における位置づけ、モジュール化と製品アーキテクチャ、ビジネス・アーキテクチャに関する理論を、第2節では製品アーキテクチャのダイナミズム、イノベーションの法則、に関する先行研究を、第3節では、インテグラル型への回帰とモジュール分割に関する先行研究を、それぞれ検討している。

第4章では、日本における海外パッケージツアーの変遷、海外パッケージツアーの質的变化、日本人の海外旅行スタイルの変化などについての先行研究を、海外パッケージツアーの商品としての特性や構造、特にイノベーション研究と製品アーキテクチャ論から分析している。第1節でパッケージツアーの誕生と変遷について、黎明期・第1次成長期・第2次成長期・不安定期の4つの時期に分けて検討し、第2節では旅行業者による「サービスの日本化」への取り組みについて、海外拠点設置と日本的サービスの提供、関連法の制定と改正についての先行研究を検討し、第3節では、製品ライフサイクル理論、旅行の個人志向化についての先行研究を検討している。

第5章では、第2章、第3章および第4章での先行研究の検討をふまえ、をめぐる企業間、商品間での競争について、製品アーキテクチャ論の視点から分析している。第1節は、パッケージツアーの基本的な構造と商品特性から分析するための視点について、第2節は海外パッケージツアーの変遷をイノベーションととらえた場合の主体について、第3節で

は海外パッケージツアーにおける競争について、それぞれ考察している。

第6章では、第2章から第5章での先行研究の検討と議論をふまえ、本論文の目的に沿って考察し、今後の研究課題を提示している。第1節で本論文のまとめを行い、第2節では、本論文の研究成果を踏まえ、製品アーキテクチャ論に関するサービス分野からの新たな可能性と旅行業の経営戦略について論じ、第3節では今後の研究課題を提示している。

Ⅱ．論文審査の結果の要旨

(1) 論文の特徴

本論文は、海外旅行の自由化前後の 1960 年代中頃からオンライン旅行業者が登場する前の 1990 年代後半までの期間を対象に、日本発の海外パッケージツアーの商品としての構造や特性を明らかにし、それをふまえてイノベーションの契機や仕組み、旅行業界内での競争において採用される戦略を明らかにしている。従来、パッケージツアーを対象とした研究はサービス商品としての視点から行われてきた。対して本論文は、工業製品のイノベーションと製品の構造や特性を分析する枠組みである「製品アーキテクチャ論」に着目し、パッケージツアーのサービス商品としての側面と、旅行業界のサービス産業としての側面との両面から分析することにより、パッケージツアーとそれを造成する旅行業界におけるイノベーションや競争、消費者との関係性等について、学術的、体系的に検討するという、この研究領域においてこれまでにない新たな分析視点を提供している点に最大の特徴がある。

具体的には、旅行素材の特性によってパッケージツアーの製品アーキテクチャのタイプが「オープン型」になりやすい傾向がある点、パッケージツアーでは、モジュール(「部品」)間のインターフェース(「情報やエネルギーを交換する接手の部分」)の設計ルールを自社だけで閉じることが事実上困難なため、自社の裁量のみで閉じることのできる旅行素材としての「旅行業者自身によるサービス」、特に旅行素材間のつながり方に関わるサービスが競争の焦点になる点、パッケージツアーの商品としての中心的な価値は、観光者間の旅行をめぐるスキルの差を補って利便性や確実性が高い旅行、経済性や合理性が高い旅行を実現、または最大化するための「旅行サービスの利用の範囲と方法に関する最適な設定」である点を指摘した。その上で、パッケージツアーをめぐる戦略について、旅行業者だからこそ実現できる旅行体験の提案、イノベーションを可能にする高度な人材の育成、企業内またはグループ内でパッケージツアーの構成要素のほとんどを賄うための、コングロマリット化が有効であること等、世界でも類を見ないほどにきめ細かいパッケージツアーを造成してきたわが国の旅行業者の知的所産を新たな視点から整理し、説明することを可能としている。

(2) 論文の評価

本論文は、パッケージツアーを対象とした研究領域の理論構築に新たな地平を切り開く

理論的研究と位置づけられる。実際のパッケージツアーの造成や競争戦略の立案に際しても、新たな視点から示唆を与える理論的根拠を提示しうる内容であり、観光研究において重要な意義を有しているものと評価することができる。

審査委員会では、本論文で採用された研究方法の妥当性や観光学への貢献についての議論に加え、本論文の成果の他の分野への応用可能性、今後の研究の発展の方向性等、本論文の成果をさらに発展させていくための展望に関わる議論がなされた。これらは、本研究が、今後さらに発展させてゆく応用可能性を多分に有する内容の研究であるという点からも評価されていることを示している。審査委員は、本申請論文の観光研究としての独自性と研究上の貢献を高く評価し、博士の学位に相当するとの見解で一致した。